



Munich Personal RePEc Archive

Cultural and historical heritage in Kosova as a potential for development of tourism - focus on the Kosova regions

Ukaj, Fatos

Faculty of Applied Science in Business, Peje, Kosova

February 2009

Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/21509/>
MPRA Paper No. 21509, posted 29. March 2010 / 22:27

Trashëgimia kulturore dhe historike si potencial i zhvillimit të turizmit-me fokus në regjionet e Kosovës

Hyrje

Një nder çështjet themelore në të cilat do të bazohet zhvillimi i turizmit në Kosove janë edhe se si do të funksionalizohen trashëgimia kulturo-historike e cila me të vërtet nuk i mungon, por nuk është e evaluar sa duhet, sistemuar dhe prezantuar para publikut të gjere.

Kosova si term gjeografik dhe si rajon me ofertë turistike është e locuar në qendër të Ballkanit perëndimor, dhe ka trashëguar nga e kaluar përafërsisht të njëjtat vlera kulturo-historike si edhe shtetet fqinjë, me dallim se në një periudhe të gjatë kohore nuk ka mundë të kujdeset dhe ruaj vlerat e tilla nga dëmtimet, ndikimet dhe keqpërdorimet.

Pas vitit 1999 Kosova ka pas një zhvillim të turizmit dhe rritje të ofertës turistike por kjo ndodhe duke i falënderuar rrethanave dhe iniciativës së individëve dhe grupeve për aksione në afat të shkurtë, e jo nga koordinimi apo planifikimi i organizuar dhe në afat të gjatë.

Turizmi në Kosove është një dege e ekonomisë që ka një rritje në pjesëmarrjen e saj në aktivitetin ekonomik pas vitit 1999. Kjo nga se në përgjithësi Kosova e ka trashëguar edhe një traditë turistike e cila me vite ka qenë e pa avancuar duke ju referua situatës politike dhe të sigurisë jo të volitshme dhe jo stimuluese për zhvillimin e turizmit.

Kosova është dhe duhet të jetë vend turistik në të ardhmen, kurse tani gjithsesi është vend i orientuar kah zhvillimi i turizmit. Një rritje e investimeve dhe qarkullimit turistik na bind se turizmi për vendin është dhe do të jetë një forcë shtytëse e zhvillimit të ekonomisë në përgjithësi.

Popullsia	
Popullsia Gjithsejtë	2,126,708
Dendësia e Popullsisë	195 p/km ²
Shpërndarja e Popullsisë sipas moshës	
0-14 vjet	33%
15-64 vjet	61%
65 vjet e me të vjetër	6%
Sipërfaqja e territorit të Kosovës	10.908 km ²

Gjithsesi se duhet konstatuar se për të arrit një zhvillim dhe efekte pozitive ekonomike nga turizmi në Kosovë, është e domosdoshme që i gjithë ky zhvillim të vihet nënë kontroll dhe të nxirret në nivel vendi strategjia e zhvillimit të turizmit, e cila do të mundëson një ecje përpara me orientime në ato forma të turizmit të cilat i përgjigjen me se shumti, ka bazë të mirë për rritje, të cilat do të sjellin përfitime për të gjithë pjesëmarrësit në “industrinë turistike” të Kosovës.

Kjo duke pas si njohuri dhe orientim se vendi përbehet nga disa regjione specifike për turizëm të nduardurt i cili nëse arrihet që të ndërlihet në një tersi, do të krijoj një ofertë turistike sa specifike në vete aq edhe komplementare me ofertat turistike të vendeve në

regjion, e që duhet të jetë orientim afatgjatë i punonjësve turistik kosovar dhe atyre të regjionit.

Bashkëpunimi regjional në nivel të vendeve të Ballkanit në lëmin e turizmit është i paragjykuar, plotëson ofertën turistike të njëri tjetrit dhe mundëson një përjetim unik për turistët që gjatë një pushimi të shijojnë dhe shfrytëzojnë lloj-llojshmërinë e pashoqe në një hapësirë të vogël gjeografike.

Valorizimi i resurseve turistike të rajoneve të ndryshme në Kosovë

Prurja e situatës kur mundë të konkludohet se e kemi formësuar ofertën turistike kosovare, mund të ndodhë vetëm atëherë kur të jemi në gjendje që të bëjmë formësimin turistik të një hapësire p.sh. Rajoni i Prizrenit, a i Pejës apo Dukagjinit etj. Kjo është një detyrë tejet komplekse dhe në vete duhet të përmbaj analiza gjithëpërfshirëse kulturore, historike, etnike-demografike, dhe parashikimin e ruajtjes, kultivimit dhe zhvillimit në të ardhmen. Për këtë nevojitet kohë e ajo është gjithnjë e më e pakët nëse dëshirohet që të zihet hapi me procesin që vetëm se po ndodhë në regjion dhe në vendet me të cilat Kosova kufizohet dhe korrespondon në lëmin e turizmit. Qëllimi i këtij punimi është që të sugjerohet bërja e projekteve me theks në ndikimin e zhvillimit të turizmit, në valorizimin e resurseve turistike, e në rendë të parë atyre kulturore e historike me të cilat disponon çdo rajon i veçantë por edhe Kosova si tersi me ofertën e vetë turistike.

Duke shikuar rajonet e ndryshme gjeografike apo sub-regjionet nëpër Kosovë konkludojm se ato kanë veçorit e veta dhe nivel të ndryshëm të traditës dhe nivelit të qasjes ndaj organizimit të degës se turizmit. Por vërtetojmë se nga laramania e evidentuar e përparësive natyrore(flora dhe fauna), trashëgimisë kulturo-historike nëpër rajonet e veta, vendi mundet që në një fundament të fortë të ndërtoj përparësi dhe identitet të produktit turistik në forma dhe përmbajtje shume kualitative, produkt i cili do të jetë konkurrent dhe komplementar me ofertën e vendeve të Ballkanit dhe në veçanti të jetë plotësuese e ofertës se Shqipërisë dhe Malit të Zi.

Gjithsesi se Kosova i ka potencialet e veta të fshehta, të cilat me një zhvillim gradual dhe të rafinuar mund të qojnë në ndryshimin e rolit të turizmit në ekonomin e saj, por edhe në stabilizimin dhe ndërtimin e profilit turistik , që do të mundësoj rritjen e harxhimeve të vizitorëve nëpër rajone dhe do të ndikoj në mbështetjen e bizneseve lokale, dhe të gjithë atyre që ofrojnë shërbime turistike.

Në mënyrë që të nxitët dhe ndihmohet turizmi kosovar si cak, propozojmë si njërën nga masat e nevojshme futjen e konceptit të marketingut në veprimtarin turistik e cila do të shërbente si mjet për shpalosjen e potencialeve turistike të rajoneve kosovare por edhe të ofertës turistike të Kosovës në përgjithësi.

Rajonet gjeografike Kosovare me lokalitetet e veta kulturore siç janë ai i Pejës me Qarshin e vjetër, 10 lokalitete arkeologjike që nga shekulli II p.e.s e deri në kohet e reja, Kullat si ndërtesa karakteristike, Xhamit në Qytet si dhe 23 objekte tjera fetare myslimane, Patrikana dhe 12 objekte fetare krishtere duke përfshirë Manastiret,etj. Në të njëjtin rajon mund të shijohet-vizitohet trashëgimia kulturore në muzeun etnografik të qytetit, ekspozitat nëpër Kulla, në manifestimet e dramës, prozës dhe poemës, evinimentët e muzikës që zhvillohen gjithandej në periudha kohore dhe stinë të ndryshme. Rajoni i Bjeshkëve të Sharrit që ofrojnë mundësi të përjetimit të mënyrës

tradicionale të jetës se popujve me gjuhë të ndryshme dhe të veshjeve, dasmave dhe aktiviteteve kulturore unike, kombinuar me turizmin malor gjatë pranverë-verës dhe atë dimëror gjatë dimrit të gjatë me se pesë muaj.

Kosova pra ka çka të ofroj dhe për çka të jetë në shënjestër të lajmeve përpos situatës dhe ngjarjeve politike, dhe atë për tema rreth historisë së begatshme (vend i luftërave dhe monumenteve historike), lokaliteteve arkeologjike të jashtëzakonshme (Qyteti Ulpiana), lokaliteteve turistike (Banjat shëruuese, qendrat e skijimit, lumenjtë, liqet, fshatrat turistike).

E gjithë kjo është shenjë se kemi momentin të cilin duhet shfrytëzuar menjëherë në rritjen e aktivitetit, në rritjen e gatishmërisë së kapaciteteve turistike për pritjen e një numri të madhe të vizitorëve, e karshi kësaj që të bëhet një adaptim i planit (nëse ekziston) të institucioneve për zhvillimin e turizmit.

E gjithë kjo, pra lidhja e këtyre atraksioneve dhe lokaliteteve turistike në një tersi si oferta turistike e Kosovës nuk do të mundë të bëhet pa një infrastrukturë të komunikacionit që duhet përmirësuar dhe zgjeruar. Lidhjet e mira të komunikacionit në nivel të vendit por edhe me vendet fqinje, posaçërisht me Shqipërinë dhe Malin e Zi mund ta vendosin Kosovën si cak turistik për një numër të madhe turistësh. Krijimi i mundësive për shfrytëzimin e Aeroporteve (Prishtinë, Gjakovë, Kukës) për sjelljen e vizitorëve është një nevojë dhe rrugë e cila do ti ndihmon zhvillimit të degës së turizmit në Kosovë.

E gjithë kjo do të jetë jo e kompletë nëse nuk i kushtohet kujdes ruajtjes së baraspeshës ekologjike në rajonet ku kjo nuk është dëmtuar, hapave urgjent në sanimin e dëmeve të bëra ekosistemit, eliminimit të ndotjeve të ambientit në tërë vendin.

Koncepti i zhvillimit të Turizmit në rajonet gjeografike të veçanta dhe në nivel Vendi

Në baze të përvojave të deritanishme në turizëm dhe hotelieri, rajonet e Kosovës por edhe në nivel vendi do të duhej të ndërtojnë konceptin e bazuar në ndërtimin e identitetit të “Vendit Turistik”, i cili do të bëhej sinonim për vizitorët-shfrytëzuesit e ofertës ekzistuese turistike dhe përparimin e përmbajtjeve të reja të bazuara në trashëgimin kulturo-historike, me të cilën disponojnë rajonet dhe Kosova si destinacion turistik.

Mund të konstatojmë se zhvillimi i turizmit në Kosovë në përgjithësi ka qenë jo i koncentruar, e kjo duke ju falënderua faktit se edhe lokalitetet dhe destinacionet turistike janë të shpërndarë gjithandej, pra ka një disperzion në hapësirën e gjithë vendit, e që është shkak i faktorëve shoqëroro-ekonomik të ndryshëm nëpër rajone.

Se a është më mirë që zhvillimi i turizmit të jetë i koncentruar apo i shpërndarë në aspektin gjeografik, në nivelin e teorisë nuk mundë të jepet një konstatim i prerë. Kjo sepse secila formë, edhe ajo kur zhvillimi i turizmit dhe hotelierisë bëhet më shumë dhe shpejt në disa rajone se në tjerat, por edhe kur zhvillimi i turizmit dhe hotelierisë është i koncentruar në të njëjtën kohë në tërë rajonet, apo në nivel vendi ka përparësitë krahasuese, dhe mangësitë, kështu që e sugjerojmë që arsyetimin e zhvillimit të koncentruar apo të shpërndarë-disperziv të vërtetohet sipas rasteve konkrete duke u bazuar edhe në caqet shoqëroro-ekonomike të cilat dëshirohet të arrihen me këtë zhvillim.

Ndërtimi dhe zhvillimi i ofertës turistike qoftë në mënyrë të koncentruar apo në mënyrë të shpërndarë nga rasti në rast, por edhe niveli i saj duhet pikësëpari të bazohet në

plotësimin e kushteve të shfrytëzuesve aktual të ofertës së turizmit dhe hotelërisë, por edhe që duhet dhënë maksimumin që kjo ofertë e rajoneve gjeografike të Kosovës si “Destinacione turistike” të gjejnë vendin e duhur në :

- Ofertën turistike të Kosovës,
- Ofertën turistike të Regjionit të Ballkanit Perëndimor,
- Ofertën globale të tregut turistik.

Për të arrit këtë duhet që se pari të përcaktohet vendi dhe roli i turizmit dhe hotelërisë, në Kosovë duhet që të përcaktohen kahet dhe caqet strategjike të turizmit dhe hotelërisë si degë ekonomike, duke bërë:

- Identifikimin dhe valorizimin e potencialeve turistike duke u bazuar në qasjen strategjike për udhëheqjen me turizmin,
- Orientimin në krijimin e identitetit në tregun e turizmit global si “Destinacion Turistik”,

Sigurisht se është bërë mundë dhe punë në identifikimin e potencialeve ekzistuese por jemi të bindur se ka edhe shumë lokalitete turistike atraktive dhe segmente të destinacioneve turistike për vizitorët të cilat duhet hulumtuar, përgatit, vënë në funksion dhe zhvillu aktivitetet e marketingut për njoftimin e publikut me to. Marketingu i përdorur për destinacionet turistike duhet që të ndihmoj edhe në eliminimin e dëmeve të krijuara në imazhin jo të volitshme të vendit nga koha e krizës politike, luftës dhe kohës së tranzicionit deri tek pavarësia, tek vizitorët e huaj por edhe ata vendas në disa raste.

Nëse nuk punohet sistematikisht në krijimin e imazhit pozitiv të vendit atëherë edhe zhvillimi i turizmit mund të mos jetë ai që ne presim , por ky imazh duhet ndërtuar edhe me mundin dhe investimet në ruajtjen e trashëgimisë kulturo-historike, ruajtjen e ambientit, ruajtjen e baraspeshës ekologjike të florës dhe faunës, ujit dhe ajrit, si mundësi për të avancuar ofertën turistike me markën “ekologjike”.

Në caqet dhe masat strategjike të zhvillimit të Ekonomisë në Kosovë ,turizmi dhe hotelëria si degë dhe aktivitet ekonomik do duhej të kenë shenjën e prioritetit, dhe me aktivizimin e KOTAS-it (Asociacioni Kosovar i Turizmit) si partner i Qeverisë dhe Institucioneve donuese të projekteve në turizëm (USAID,GTZ,etj), ka marrë hov promovimi i turizmit dhe hotelërisë si një ndër prioritetet në kuadër të zhvillimit të gjithmbarshëm ekonomik të Kosovës.

Me këtë aktivitet të shtuar në lëmin e turizmit dhe hotelërisë do të duhej që të fokusohemi në nevojën e planifikimit dhe futjes së punës shkencore-hulumtuese në këtë degë ekonomike, si një prej nevojave që në mënyrë inter-disiplinore të shqyrtimit të ndikimit të faktorëve të ndryshëm që janë të pranishëm dhe kanë pjesëmarrje domethënëse në zhvillimin e turizmit në rajone të Kosovës por edhe në nivel vendi.

Mënyrat e arritjes së realizimit të konceptit të zhvillimit të turizmit dhe hotelërisë

Aktivitetet

Në funksion të zhvillimit me të shpejtë të ofertës turistike të rajoneve dhe të Kosovës si tërësi, planifikimin dhe zhvillimin e konceptit duhet shikuar në nivelin mikro dhe makro.

Në nivelin mikro duhet:

- që në mënyrë adekuate të evidentohet dhe planifikohet zhvillimi i mikrolokacioneve turistike nëpër rajone,

Në nivelin makro duhet :

- të hartohet, evidentohet dhe planifikohet ndërlidhja e mikrolokacioneve turistike në destinacione turistike rajonale dhe në nivel vendi,
- të identifikohen dhe planifikohen aktivitetet përcjellëse që janë në funksion të zhvillimit të turizmit (komunikacioni, pastërtia, legjislacioni etj.)
- të planifikohet dhe përkrahet zhvillimi i kapaciteteve turistike hoteliere dhe përmbajtjeve turistike plotësues (hotele, motele, pasione, kampingje, restorante, bife etj.) që do të ishte si parakusht i zhvillimit turistik.

Aktivitetet të cilat do të duhej ndërmarr në nivel të rajonit turistik por edhe në nivel vendi për rritjen dhe zhvillimin konstant të ofertës turistike do të ishin:

- formimi dhe zhvillimi i asociacioneve dhe shoqatave në nivel rajoni dhe nivel vendi, që do të funksiononin si gjenerator i zhvillimit të turizmit si biznes fitimprurës.
- zhvillimi i ofertës turistike për tregun e vizitorëve një ditor,
- zhvillimi i ofertës turistike për turizmin kongresial dhe format tjera,
- përgatitja dhe zhvillimi i aktiviteteve marketingore domethënëse për regjionet dhe në nivel vendi, që do të jenë të rëndësishme për profilimin e mëtejshëm të mikrolokacioneve dhe makrolokacioneve në kuadër të zhvillimit të industrisë së turizmit dhe biznesit në përgjithësi.

Kjo do të jetë e dobishme nga aspekti makro, ndërsa bashkëpunimi i mëtejshëm kah baza e piramidës do të sjellë koordinimin me të mirë të aktiviteteve individuale për përfitimin e përgjithshëm të bizneseve që marrin pjesë në industrinë turistike të Kosovës.

Kualiteti

Përpos të përmendurave me lartë, zhvillim të turizmit nuk mund të ketë pa zhvillimin e agjencioneve turistike të cilat janë ndërmjetësues në qarkullimin turistik. Duhet vërejt faktin se ato e kanë rolin e vetë në formimin e produkteve turistike, e nxitin dhe e drejtojnë kërkesën turistike, e mbështesin marketingun e destinacioneve turistike dhe përmbajtjeve interesante për vizitorët.

Të bazohesh në emocionet pozitive të harxhuesve-vizitorëve ndaj ofertës ekzistuese nuk do të preferohej, në aspektin se vjen deri tek ngopja me ofertën turistike, rrjedhimisht duhet kushtuar rëndësi kualitetit të shërbimeve në afat të gjatë.

Domosdoshmërisht kualiteti në turizëm duhet të jetë në fokus të vëmendjes së akterve në turizmin e Kosovës, duke bërë përpjekje të vazhdueshme që të freskohen, apo ndërtohen gjithnjë mënyra të reja të ofrimit të shërbimeve në turizëm.

Nga kjo rrjedhe se :

- Kualiteti do të duhej të jetë nisma-mbarimi i çdo veprimi-aktiviteti të cilat ndërmerren dhe do të ndërmerreshin në të ardhmen,

- do të duhej insistuar në kualitetin ma të mirë të mundshëm të gjithë produkteve-shërbimeve të cilat e përbejnë ofertën turistike në tregun turistik-hotelier i cili po bëhet gjithnjë e me përzgjedhës dhe i rafinuar,
- do të duhej krijua dhe vendos në afarizëm një standard i cili do të përmblihte “Kualitetin e Vlerave Regjionale”, të behet standardizimi i kualitetit të produkteve-shërbimeve që do të ndihmoj në krijimin e imazhit për Ofertën Turistike të Kosovës dhe çështjet tjera të lidhura me të,

Krijimi dhe futja në veprim e standardeve të kualitetit do të ishte detyrë urgjente, e për këtë të thirru janë bizneset dhe institucionet.

Komunikimi

Zhvillimi i turizmit ka dhe jep efekte pozitive në punëzënien e popullsisë lokale, në veprimtarit e ndryshme që ofrojnë produkte-shërbime për turistët dhe turizmin. Ky zhvillim i turizmit nëse bëhet në bazë të konceptit të marketingut, do të duhej që të krijohet një sistem informativ i cili do të mundësonte përcjelljen e zhvillimeve në nivel rajonesh, nivel vendi dhe në nivelin e tregut global të turizmit.

Nevoja për të komunikuar e “Destinacionit Turistik” do të mbështetej në këto aspekte të komunikimit:

- Komunikimi Intern (Biznesi, komuniteti, vizitori-harxhuesi),
- Komunikimi me faktorët e jashtëm (mikrolokacionet, tregu në nivel vendi, tregu global)
- Komunikimi Miks (komuniteti, destinacioni turistik, tregu i vendit, tregu global ndërkombëtar),

Destinacionet Turistike dhe Bizneset do të duhej të jenë të gatshëm dhe të kenë interes gjithnjë për zhvillimin e marrëdhënieve me mediat dhe publikun, në mënyrë të gjetjes se formave me të mira të marketingut-promovimit të turizmit Kosovar.

Në varësi të asaj se si komunikohet në mesë të bartësve të këmbimit në turizëm, dallojmë edhe mjetet e ndryshme të përdorura të cila mund të jenë a) mjetet konvencionale(TV, radio, shtypi,etj) dhe b) mjetet e specializuara.(interneti,evinementet, etj)

Duhet potencuar gjithsesi se komunikimi nuk mund të bëhet vetëm në nivel të aktiviteteve marketingore të destinacionëve turistike.

Përfundim

Çdo lloj plani dhe planifikimi për zhvillimin e turizmit në Kosovë, do të jetë vështirë të realizohet pa angazhimin dhe përfshirjen e të gjithë akterve të tregut turistik kosovar dhe partnerëve të interesuar nga tregu global turistik.

Oferta turistike e Kosovës është e larmishme dhe potencën duhet vendos në zhvillimin e kushteve për Turizmin Transit, Turizmit në Natyrë, Turizmit Shëndetësor, Turizmit Dimëror, Turizmit Kulturor, Turizmit Aventuristik, për të cilat tipa të turizmit Kosova posedon resurse dhe mundësi që në të ardhmen ti valorizoj, dhe të bie turizmin në një nivel që të jetë shtylla e zhvillimit ekonomik. Punësimi i popullsisë është një nga faktorët, potencialet në të cilat duhet vlerësuar të arriturat e zhvillimit të turizmit në vend në të ardhmen e afërt. Tradita e turizmit në Kosovë është relativisht e mangët duke pas

parasysh historinë dhe situatën politike në të cilën ka kalua Kosova, por kjo nuk do duhej të paraqes pengesë për angazhimin e ekspertëve ekzistues dhe atyre të edukuar rishtas në botën e jashtme për të krijuar një traditë autoktone, të bazuar në të arriturat e vendeve të zhvilluara turistike.

Konfuzioni i deritanishëm lidhur me mospasjen e një “masterplani për turizmin kosovar” e kanë vështirësua më shumë situatën, sepse nuk dihet se në çfarë drejtimi do të shkohet në zhvillimin e turizmit, kush do të përcaktoj këtë drejtim, por mungojnë edhe përgjigjet në pyetjet Si, Kush dhe Kur do të merr leadershipin në zhvillimin e turizmit në vend.

Komunikimi ndërmjet akterve të ofertës turistike por edhe me vetë turistët tregohet si domosdoshmëri dhe nevojë në mënyrë që ti përgjigjemi pyetjeve të vazhdueshme të tij, dhe trendit se turisti më nuk pyet se “ku do të shkojë në pushime” por e shtron pyetjen se “çfarë do të beje atje ku do shkoje”. Implementimi i një sistemi Informativ mbi dhe për turizmin Kosovar shihet si imperativ.

Shkollimit të gjeneratave të reja të ekspertëve dhe punëtorëve për tregun turistik paraqitet si imperativ për të reaguar menjëherë e pa vonës. Bartja e eksperiencës nga jashtë nëpërmes bashkëpunimit me vendet e regjionit dhe me gjerë duhet që të bëhet në mënyrë permanent, ashtu që të arrihet baraspeshimi i njohurive dhe dijes bile me vendet në regjion që kanë ofertë të përafërt turistike.

Bazuar në këto konstatime del si e nevojshme që të behet hulumtim intensiv për risit dhe ndodhitë në tregjet turistike. Kjo do të duhej të jetë një aktivitet i gjere, dhe mire i udhëhequr në formësimin, ruajtjen dhe zhvillimin e trashëgimisë historiko-kulturore, bazuar në informacionet e marra nga analizat interdisciplinare dhe bashkëpunimi ndersektorial.

Një projekt i koncipuar mirë do të tregoj rrugën nga duhet të shkohet në zhvillimin e turizmit në rajonet gjeografike dhe në nivel vendi në Kosovë. Si ndikim i këtij projekti do të mundë të lindin projekte tjera që do të jenë burim i aktiviteteve tjera shoqërore dhe afaristë e që kanë të bëjnë direkt apo indirekt me zhvillimin degës se turizmit por edhe në përgjithësi të zhvillimit ekonomik e kulturor të rajoneve por edhe të Kosovës.

Literatura

1. Dr.F.Ukaj “Promocioni dhe segmentet bashkëkohor promocional në turizëm”,Peje 2006,
2. Konferenca “Perspektiva e Turizmit Fshatar në Regjionin e Rugovës”,f.1-4, 07.Prill.2007, Peje.
3. Punimi i prezantuar në Simpoziumin Ndërkombëtar “Prirodno i Kulturnohistorijsko nasljedje i novi modeli upravljanja razvojem turizma”, Vlasica,14-15 Mars 2008, BiH, “Trashëgimia Historike e Kosovës në dritën e trendëve të reja të zhvillimit të Turizmit”

Burimet tjera:

4. www.ks-gov.net/ESK/
5. www.visitkosova.org
6. www.kotas-ks.org
7. www.kosovundp.org
8. www.euinkosovo.org
9. www.rugovaexperience.org